

PEDRO AURÉLIO
DE QUEIROZ

DIREITO ANTITRUSTE



Promoção da Concorrência

EDITORA●SINGULAR

São Paulo
2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Lucas Carlos de Oliveira Silva, CRB-8/9824

Q3d Queiroz, Pedro Aurélio de.

Direito antitruste: os fundamentos da produção da concorrência.
/ Pedro Aurélio de Queiroz. – São Paulo: Singular, 2018.

376 p.

ISBN: 978-85-53066-01-8

1. Concorrência. 2. Truste. 3. Promoção da concorrência. 4. Ordem econômica. I. Título. II. Autor.

CDU 346.5

CDD 338.9

1126137

Capa e projeto gráfico: *Marcos Jundurian*

© desta edição 2018
Editora Singular

Tel./Fax: (11) 3862-1242
www.editorasingular.com.br
singular@editorasingular.com.br

SUMÁRIO

Introdução	17
I. A Escolha do Tema	17
II. O Ponto de Partida e a Relevância do Tema	18
III. A Ampliação Conceitual dos Pressupostos da Defesa e Promoção da Concorrência	27
IV. O Que Propomos.....	31
V. Desenho Metodológico do Livro.....	33

CAPÍTULO 1

A pesquisa em direito econômico e os fins do antitruste: a necessária correção de rota da tutela concorrencial	35
1.1. O Desafio Proposto	35
1.2. O Direito e a Pesquisa em Direito Econômico	35
1.3. Os Fins do Antitruste: por que o Direito da Concorrência deveria revisitar seus pressupostos e o papel da <i>advocacy</i> na correção de rota da tutela concorrencial.....	55
1.3.1. <i>Entre Liberdade e Equidade: os Pressupostos das Teorias Econômicas que Fundamentam o Antitruste</i>	<i>57</i>
1.3.2. <i>O Difícil Equilíbrio entre Eficiência, Igualdade e Liberdade: o Papel da Tutela Concorrencial.....</i>	<i>67</i>
1.3.3. <i>Os Pressupostos Decisórios do Antitruste: o Princípio da Incerteza, a Causalidade e o Paradoxo de Schrödinger.....</i>	<i>74</i>
1.3.4. <i>Fechamento do Capítulo: A Necessária Correção de Rota do Antitruste.....</i>	<i>81</i>

CAPÍTULO 2

Os pressupostos da <i>competition advocacy</i>:	
a dimensão transversal do direito da concorrência	87
2.1. Movimento Antitruste e Promoção da Concorrência	87
2.2. Concorrência, Democracia e Desenvolvimento	90
2.2.1. <i>Instituições, Custos de transação e Promoção da Concorrência</i>	<i>91</i>
2.2.2. <i>A Concorrência como Pressuposto Democrático e a Democracia como Pressuposto Concorrencial.....</i>	<i>99</i>
2.2.3. <i>Concorrência e Políticas de Desenvolvimento: o Difícil Equilíbrio entre Eficiência Estática e Dinâmica.....</i>	<i>104</i>
2.2.4. <i>Superando o Trade-off entre Eficiência Estática e Dinâmica por meio da Promoção da Concorrência</i>	<i>109</i>
2.2.5. <i>Política Industrial e Disfuncionalidade Concorrencial.....</i>	<i>116</i>
2.2.6. <i>Os Fins da Política Industrial e a Promoção Concorrência ..</i>	<i>118</i>
2.2.7. <i>Corrupção e Promoção da Concorrência.....</i>	<i>125</i>
2.3. O Mito da Concorrência Via Preços e os Riscos da Análise com Foco em Eficiência Estática	131
2.4. A Definição de Mercado Relevante e a <i>Competition Advocacy</i>	146
2.4.1. <i>A Análise de Mercado por meio da Competition Advocacy – A Incorporação do Critério Dinâmico</i>	<i>151</i>
2.5. As ideias de <i>Workable Competition</i> e <i>Second Best Theory</i> : as Fronteiras entre Regulação e Promoção da Concorrência	157
2.6. Assimetria Informacional e <i>Advocacy</i>	168
2.6.1. <i>Diferenciação Competitiva: como a Advocacy pode Contribuir para Mitigar Desníveis Informacionais</i>	<i>172</i>
2.7. A Problemática Análise de Preços no Antitruste e a Abordagem Alternativa por meio da <i>Competition Advocacy</i>	176
2.7.1. <i>Promoção da Concorrência e Preços Predatórios.....</i>	<i>176</i>
2.7.2. <i>Promoção da Concorrência e Preços Excessivos.....</i>	<i>180</i>
2.8. Promoção da Concorrência e Macroeconomia.....	190
2.9. Promoção da Concorrência e Mercados Dinâmicos	194
2.9.1. <i>A Internet das Coisas e a Tendência ao Custo Marginal Zero.</i>	<i>194</i>
2.9.2. <i>O Tempo do Direito e o Tempo Econômico</i>	<i>201</i>

2.10. <i>Advocacy</i> e Concorrência Bancária	205
2.11. Fechamento do Capítulo: a Transversalização da Tutela Antitruste proporcionada pela Promoção da Concorrência	209

CAPÍTULO 3

O conteúdo jurídico da <i>competition advocacy</i>	215
3.1. Introdução	215
3.2. A Inserção Legal da <i>Competition Advocacy</i> no Direito Positivo	216
3.3. O Princípio da Livre Concorrência como Pressuposto Legitimador da <i>Advocacy</i>	218
3.4. O Princípio da Livre Concorrência não se resume ao SBDC	222
3.5. Momentos de Aplicação da Livre Concorrência: Repressão, Prevenção e Precaução - a Efetividade como Parâmetro de Atuação Antitruste	225
3.6. O Conceito Jurídico de <i>Competition Advocacy</i>	234
3.6.1. <i>A Evolução do Conceito</i>	234
3.6.2. <i>Competition Advocacy: em Busca de um Conceito Mais Atual</i>	240
3.6.3. <i>Caráter Distintivo da Promoção da Concorrência</i>	248
3.7. A Promoção da Concorrência pela extinta SEAE no contexto da Lei 8.884/94	251
3.8. A Sistematização da Função de Promoção da Concorrência (<i>Competition Advocacy</i>) a partir da Atual LDC e a criação da Secretaria de Promoção da Produtividade e Advocacia da Concorrência (SEPRAC)	252
3.9. O exercício da Promoção da Concorrência por Meio das funções de <i>Enforcement</i>	257
3.10. O <i>Compliance</i> Premiado como Técnica de Promoção da Concorrência.....	260
3.11. A Atuação Consultiva em Matéria de <i>Advocacy</i> pelos Órgãos do SBDC	264
3.12. A Atuação como <i>Amicus Curiae</i> pelos órgãos do SBDC.....	265
3.13. Consultas ao CADE.....	267
3.14. O Mecanismo de Revisão de Atos de Concentração e a Promoção da Concorrência	268

Pedro Aurélio de Queiroz

3.15. Intervenções Estruturais por meio da Promoção da Concorrência.....	271
3.16. A Regulação Concorrencial e A Avaliação de Impacto Regulatório	277
3.17. Revisão de Atos Regulamentares e Administrativos Contrários à Concorrência.....	279
3.18. A Utilização de Instrumentos Tributários para Promoção da Concorrência.....	281
3.19. A Experiência Internacional em matéria de <i>Competition Advocacy</i>	284
3.19.1. A <i>Competition Advocacy</i> nos EUA.....	284
3.19.2. A <i>Competition Advocacy</i> no Reino Unido.....	292
3.19.3. A <i>Competition Advocacy</i> no México	293
3.19.4. A <i>Competition Advocacy</i> no Canadá.....	295

CAPÍTULO 4

A cultura da concorrência no brasil	299
4.1. A Difusão Cultural da Concorrência	299
4.2. A Reforma de Padrões Educacionais	301
4.3. O Desinsulamento	307
4.4. As Políticas de Reinversão	308
4.5. A Reforma Institucional	311
4.6. Democratização do Acesso à Cultura e o Papel da Concorrência..	321
Conclusão	329
Propostas	337
Siglas e Abreviaturas	343
Bibliografia	347